



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

**“Promoción turística de las empresas de alimentos y bebidas del Jr. 28 de  
Julio, distrito de Barranco - Lima, 2016”.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.**

**Autor:**

John Junior Velarde Puchoc.

**Asesor:**

Mg. María Vigo Gálvez.

**Línea de investigación**

Gestión de empresas turísticas y centros de esparcimiento.

Lima- Perú

2016

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

**PRESIDENTE**

Mg. Maria Vigo Gálvez

---

**SECRETARIA**

Mg. Luz Asencio Reyes

---

**VOCAL**

Mg. Manuel López Uribe

## DEDICATORIA

En primer lugar a Dios, que me ha brindado una vida llena de aprendizajes, alegrías y experiencias memorables, permitiéndome estar preparado para los retos que me pone la vida.

A mi madre y me abuela que siempre me han apoyado, guiado y cuidado con mucho amor. A ellas quienes hicieron todo lo posible para que yo pudiera lograr mis metas y objetivos, a ustedes por siempre mi agradecimiento.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer muy profundamente a todas las personas que aportaron con sus conocimientos para hacer posible la conclusión de esta tesis.

Especialmente agradezco a mis asesores el Mg. Daniel Cárdenas Canales, la MBA. María Vigo Gálvez y a la Mg. Luz Irene Asensio Reyes por sus asesorías, consejos y por siempre estar dispuestos a ayudar aún en la distancia.

A las empresas del Jr. 28 de julio por brindarme y facilitarme información muy puntual para la realización de esta tesis.

Deseo también expresar todo mi agradecimiento a mi familia, por su apoyo incondicional a lo largo de este tiempo universitario.

Por último, dar las gracias a mis amigos y compañeros de trabajo que, de un modo u otro, han respaldado este esfuerzo

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Velarde Puchoc John Junior, con DNI 72838954, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 28 de junio del 2016.

---

JOHN JUNIOR VELARDE PUCHOC

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Promoción turística de las empresas de alimentos y bebidas del jr. 28 de julio, distrito de Barranco – Lima, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciatura en Administración en Turismo y Hotelería.

**El Autor.**

## ÍNDICE

### PAGINAS PRELIMINARES

PAGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
ÍNDICE .....	vii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	3
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	5
1.4. Formulación del Problema.....	7
1.4. Justificación del Estudio.....	8
1.5. Objetivos.....	8
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>9</b>
2.1. Diseño de investigación .....	9
2.2. Variables, operacinalización .....	10
Tabla N°1: Operacinalización de variables.....	10
2.3. Población y muestra.....	11
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	11
2.4.1. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	11
2.4.2. Validez.....	11
2.4.3. Prueba de confiabilidad del instrumento para la variable Promoción Turística.....	14
2.5. Método de análisis de datos. ....	14
2.6. Aspectos Éticos.....	15
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>16</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>21</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>24</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>26</b>

<b>VII. REFERENCIAS .....</b>	<b>27</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>29</b>
Anexo N°1 Instrumento de Investigación	
Anexo N°2: Matriz de consistencia	
Anexo N°3 Fichas de validación	
Anexo N°4: Registro de trabajadores	
Anexo N°5: Interpretación de resultados por indicadores	
Anexo N°6: Interpretación de resultados por pregunta	



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1:</b> Operacionalización de variables.....	21
<b>Tabla N° 2:</b> Juicio de expertos.....	22
<b>Tabla N° 3:</b> Modelo de ficha de evaluación de expertos.....	23
<b>Tabla N° 4:</b> Ficha de validación de expertos del instrumento de investigación.	24
<b>Tabla N° 5:</b> Análisis de confiabilidad.....	25
<b>Tabla N° 6:</b> Frecuencia de la variable.....	26
<b>Tabla N° 7:</b> Frecuencia de la dimensión publicidad.....	26
<b>Tabla N° 8:</b> Frecuencia de la dimensión relaciones públicas.....	27
<b>Tabla N° 9:</b> Frecuencia de la dimensión promoción de ventas.....	28
<b>Tabla N°10:</b> Frecuencia de la dimensión ventas personal.....	29
<b>Tabla N° 11:</b> Comparación de las dimensiones.....	29
<b>Tabla N° 12:</b> Comparación de las dimensiones en Excel.....	30

## RESUMEN

La presente investigación es de tipo cuantitativa – no experimental, cuyo objetivo es establecer las características de la promoción turística de las empresas de alimentos y bebidas del jr.28 de julio, distrito de barranco – Lima. La muestra estuvo conformada por 30 involucrados de las distintas empresas de alimentos y bebidas del lugar, quienes son los involucrados en la promoción turística, siendo los dueños, jefes de área y colaboradores. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Los datos recolectados fueron procesados y analizados empleando el software SPSS versión 22. Concluyendo que la promoción turística de las empresas de alimentos y bebidas del jr.28 de julio en el distrito de barranco – Lima presentan características altas según el 96.7% de los involucrados, por lo que estas empresas si aplican una buena promoción turística hacia sus consumidores reales como potenciales. Además que en cuanto a la publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y ventas personal estas empresas buscan crear una motivación o razón de visita pues todo esto queda a su responsabilidad como involucrados para difundir sus productos y servicios.

**Palabras claves:** promoción turística, empresas, alimentos y bebidas, barranco.

## **ABSTRACT**

The current research is a quantitative and non-experimental, which main objective is to establish the characteristic of tourism promotion from 28 de Julio Street's food and beverage companies at the district of barranco – Lima. The sample was composed by 30 workers involved in the tourism promotion from all this companies of food and beverage, who are the owners, chief, leaders and employees. The gathering information technique was the survey and the instrument was the questionnaire. The collected data was processed and analyzed by using the 22 SPSS version software. Finally, it concluded that the tourism promotion from 28 de Julio Street's food and beverage companies at the district of barranco – Lima presents high level features according to 96,7% of the involved workers. Therefore, all this companies make a high use of the tourism promotion towards their existing consumer as well as the potential ones. Furthermore, regarding the publicity, public relations, sales promotion and personal selling; all this companies are looking for create a cause or a reason to become more visited because all this responsibility fall to all the workers to diffuse their products and services.

**Keywords:** Tourism promotion, companies, food and beverage, Barranco